

**PENGARUH PRODUK HALAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
DENGAN SERTIFIKASI HALAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA TOKO ZULAIKHA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh :

**TATA YULIZA
NPM : 16.832.0129**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2020**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 2/11/20

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

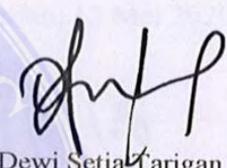
Access From (repository.uma.ac.id)2/11/20

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Produk Halal Terhadap Minat Beli Melalui Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Zulaikha Medan
Nama Mahasiswa : TATA YULIZA
NPM : 16.832.0129
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing


Dr. Ihsan Effendi, SE, Msi
Pembimbing I


Eka Dewi Setia Tarigan, SE, Msi
Pembimbing II



Dr. Ihsan Effendi, SE, M.Si
Dekan


Wan Rizca Amelia, SE, Msi
Ka.Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 12 Mei 2020

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 12 Mei 2020



Tata Yuliza

16.832.0129

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : TATA YULIZA
NPM : 16.832.0129
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

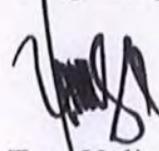
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul Pengaruh Produk Halal Terhadap Minat Beli Melalui Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Zulaikha Medan, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 12 Mei 2020

Yang menyatakan,



Tata Yuliza

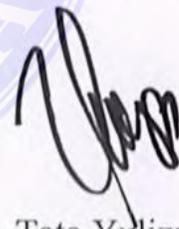
16.832.0129

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Pematangsiantar, tepatnya pada tanggal 30 april 1999 dari Ayah yang bernama Imam Siswoyo dan Ibu yang bernama Ningsih Mario. Penulis merupakan Putri ketiga dari tiga bersaudara.

Penulis menyelesaikan sekolah dasar di SDN 094151 Parapat pada tahun 2010, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertama di SMP Swasta Sultan Agung Pematangsiantar dan menyelesaikan pendidikan pada tahun 2013, kemudian penulis melanjutkan pendidikan sekolah menengah atas di SMAN 6 Pematangsiantar dan menyelesaikan pendidikan pada tahun 2016, kemudian penulis melanjutkan kejenjang perguruan tinggi dan terdaftar sebagai mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen di Universitas Medan Area (UMA) dan menyelesaikan pendidikan pada 12 Mei 2020.

Medan, 12 Mei 2020



Tata Yuliza

16.832.0129

Abstrak

Pengaruh Produk Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Roti Zulaikha Medan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Produk Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Roti Zulaikha Medan”. Jenis penelitian ini adalah asosiatif yaitu suatu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah Sebanyak 1500 pelanggan yang sudah lebih dari satu kali mengunjungi Toko Roti Zulaikha Medan dan dengan menggunakan teknik **rumus slovin** dengan tingkat signifikansi 0,1, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden diambil dari sebagian populasi. Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa variabel produk halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Roti Zulaikha Medan.

Kata kunci : Produk Halal, Sertifikasi Halal, Minat Beli



Abstract
Effect of Halal Products on Consumer Purchase Interests with Halal Certification as an Intervening Variable in Medan Zulaikha Bakery

This study aims to determine "The Effect of Halal Products on Consumer Purchase Interest with Halal Certification as an Intervening Variable in Medan Zulaikha Bakery". This type of research is associative, which is a study that asks the relationship between two variables. The population in this study were 1500 customers who had visited the Zulaikha Bakery in Medan more than once and by using the slovin formula technique with a significance level of 0.1, the number of samples in this study were 100 respondents drawn from a portion of the population. Based on the results of the t test, it can be seen that the halal product variable has a positive and significant effect on consumer buying interest with Halal certification as an intervening variable in Medan Zulaikha Bakery.

Keywords : halal products, halal certification, consumer purchase interest



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Produk Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Zulaikha Medan”** Adapun penyusunan skripsi ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Medan Area

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, Pada Kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang telah memberikan banyak dukungan yang luar biasa setiap harinya, dalam bentuk do'a maupun materi dalam membantu penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh. kemudian tidaklah berlebihan apabila penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Efendi, SE, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Sekaligus Selaku Dosen Pembimbing I yang telah Meluangkan Waktunya membimbing Penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam menyelesaikan Skripsi.
3. Bapak Teddi Pribadi SE, MM selaku Wakil Dekan I Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area
4. Ibu Wan Rizca SE, Msi selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.
5. Ibu Eka Dewi Setia Tarigan SE, Msi Sekaligus Selaku Dosen Pembimbing I yang telah Meluangkan Waktunya membimbing Penulis dan banyak

memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam menyelesaikan Skripsi.

6. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Kedua orang tua saya Ayahanda Alm. Imam Siswoyo dan Ibunda Ningsih Mario yang telah memberikan banyak dukungan yang luar biasa setiap harinya dalam bentuk doa maupun materi dalam penyusunan membantu menyusun susunan skripsi ini dan studi yang saya tempuhi dan juga kakak-kakak penulis Jean Sawitri Yossi, SH dan Muhammad Arasy, SP
8. Seluruh Pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area.
9. Teruntuk sahabat-sahabatku yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu namanya
10. Semua teman-teman stambuk 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Medan, Februari 2020

Tata Yuliza
16.832.0129

DAFTAR ISI

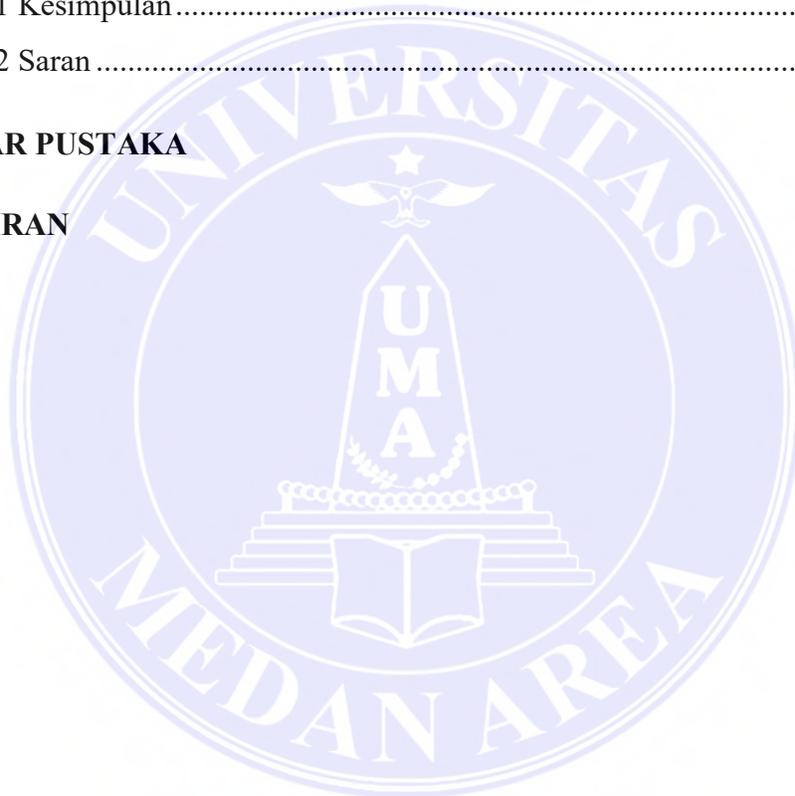
	Halaman
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Produk Halal	6
2.1.1 Pengertian Halal	6
2.1.2 Pengertian Produk Halal	7
2.1.3 Hadits Yang Menyatakan Produk Halal.....	8
2.1.4 Prosedur Dan Mekanisme Syariat Halal	9
2.1.5 Indikator Produk Halal.....	10
2.2 Sertifikasi Halal	11
2.2.1 Pengertian Sertifikasi Halal.....	11
2.2.2 Syarat Kehalalan Produk.....	16
2.2.3 Fatwa MUI dan Undang-undang tentang Sertifikasi Halal.....	16
2.2.4 Indikator Sertifikasi Halal	22

2.3 Minat Beli.....	23
2.3.1 Pengertian Minat Beli	22
2.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli.....	23
2.3.3 Indikator Minat Beli.....	24
2.4 Penelitian Terdahulu.	26
2.5 Kerangka Konseptual	28
2.6 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.1.1 Jenis Penelitian	30
3.1.2 Lokasi Penelitian	30
3.1.3 Waktu Penelitian.....	30
3.2 Populasi Dan Sampel Penelitian	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel.....	31
3.3 Definisi Operasional	32
3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Teknik Analisis Data.....	35
3.6.1 Uji Validitas dan Reabilitas.....	36
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.6.3 Uji Statistik.....	37
3.6.4 Metode Analisis Jalur (Path Analysis).....	38
3.6.5 Uji Hipotesis.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1. Sejarah Umum Perusahaan	40

4.1.2 Penyajian Data Responden	42
4.1.3 Penyajian Data angket Responden	43
4.1.4 Uji Validitas dan Reabilitas	47
4.1.5 Pengujian Asumsi Klasik	49
4.2 Analisis Jalur (Path Analysis).....	53
4.2.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

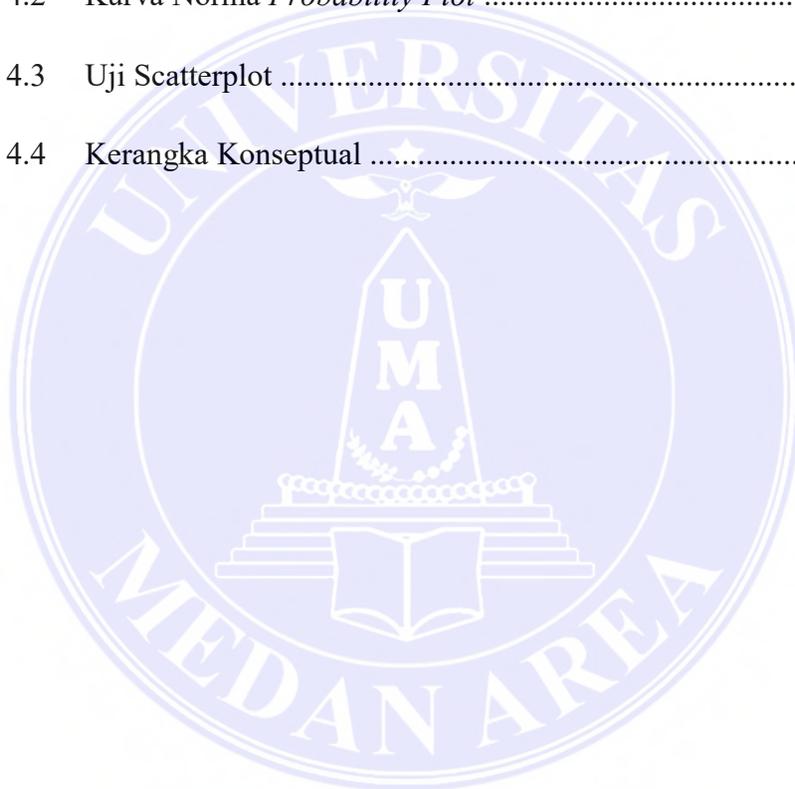


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.3 Bobot Nilai Angka	35
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia Responden.....	42
Tabel 4.3 Tabulasi Data Responden Variabel Produk Halal (X).....	44
Tabel 4.4 Tabulasi Data Responden Variabel Sertifikasi Halal (Y).....	45
Tabel 4.5 Tabulasi Data Responden Variabel Minat Beli (Z).....	46
Tabel 4.6 Estimasi Uji Validitas.....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X, Y dan Z	48
Tabel 4.8 Uji Individual (Uji t) Model 1	53
Tabel 4.9 Uji Individual (Uji t) Model 2	54
Tabel 4.10 Uji Individual (Uji t) Model 3	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	29
Gambar 4.1 Grafik Histogram	50
Gambar 4.2 Kurva Norma <i>Probability Plot</i>	51
Gambar 4.3 Uji Scatterplot	52
Gambar 4.4 Kerangka Konseptual	52



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Minat beli ulang yang dirasakan konsumen tidak terlepas dari kualitas yang ada pada produk yang telah di berikan perusahaan kepada konsumen. Persaingan antar pasar semakin kompetitif. Minat beli seseorang dalam membeli produk dapat di lihat dari kecenderungan orang tersebut untuk melakukan pembelian produk, Kecenderungan seseorang untuk merekomendasi produk kepada orang lain, Minat seseorang dalam mencari informasi produk, dan Indikator harga dalam penelitian ini terdiri dari keterjangkauan harga produk, daya saing harga produk, kesesuaian dengan manfaat produk. Kemudian indikator kualitas produk adalah kehandalan produk, daya tahan produk dan daya tarik produk.

Penelitian ini dilakukan pada Toko Roti Zulaikha Medan, Keberadaan Bika Ambon Zulaikha di Medan cukup fenomenal. Sejak dibuka, toko ini dapat menyedot peminat kuliner/pembeli yang cukup ramai di kota Medan, dan namanya sendiri sudah cukup terkenal hampir diseluruh Indonesia. Kehadirannya seakan- akan menenggelamkan beberapa toko bika Ambon sejenis yang ada di jalan tersebut. Kalau diperhatikan hampir setiap hari toko ini mempunyai pengunjung yang ramai dan kadang-kadang membludak yang membuat para pembeli harus antri yang cukup panjang, khususnya dihari-hari liburan. Keadaan ini berbanding terbalik dengan toko-toko yang ada disekitarnya yang nyaris sepi.

Kehalalan makanan seperti saat ini sebenarnya memilikitingkat kerawanan yang cukup tinggi, dimana konsumen sudah dikelilingi banyak pilihan produk

pangan dalam kemasan. Konsumen muslim dalam memilih produk perlu memperhatikan labelisasi halal yang menjamin suatu produk yang akan dikonsumsi dikatakan halal. Menurut ajaran Islam mengonsumsi yang halal, suci dan baik merupakan perintah agama dan hukumnya wajib (Departemen Agama, 2003). Untuk memenuhi keinginan konsumen agar tenang lahir dan batin dalam mengonsumsi produk, perusahaan harus memberitahukan manfaat produk dan cara penggunaannya. Khusus untuk produk pangan, obat-obatan dan kosmetik, perusahaan (produsen) harus mencantumkan keterangan-keterangan yang berhubungan dengan produk. Keterangan-keterangan tersebut dapat berupa komposisi bahan campuran produk, masa berlaku produk, cara penggunaan produk dan keterangan bahwa produk telah diperiksa oleh Badan Pengawas Pangan, Obat dan Kosmetik (BPOM). Seiring dengan meningkatnya populasi muslim di Indonesia potensi produk halal pun mengalami peningkatan yang besar pula, konteks pengakuan terhadap makanan halal perlu diperiksa lebih lanjut. Produk Halal harus diakui sebagai simbol kebersihan, keamanan, dan kualitas tinggi bagi konsumen muslim. Sampai saat ini meskipun terdapat banyak makanan halal dan banyak laporan penelitian tentang pasar makanan halal, tetapi penelitian teori tentang pembelian makanan halal sangat jarang ditemui (Alam & Sayuti, 2011). Terlebih lagi, belum ada pengetahuan asli tentang hubungan antara konsep halal seperti kesadaran halal dan sertifikasi halal dengan minat beli dalam rangka pembelian produk halal secara lebih mendalam sehingga hasilnya dapat memperkuat posisi Indonesia dalam pasar produk halal.

Produsen yang menyadari akan potensi produk yang bersertifikasi halal sudah barang tentu menjadikan sertifikasi halal menjadi salah satu hal yang penting, sebab

produsen memiliki kontrol untuk memastikan produk mereka halal. Sertifikasi halal memiliki peran yang semakin penting dalam permintaan global akan produk halal (LPPOM MUI), terlebih Indonesia sebagai negara berpenduduk mayoritas Muslim, menyediakan produk halal menjadi kewajiban. Pada sesaat kemarin konsumen zulaikha ragu akan tingkat kehalalal produk tersebut, setelah dibuktikan produk zulaikha mengalami kestabilan kembali, peneliti ingin meneliti seberapa besar pengaruh tingkat kehalalam terhadap minat beli seseorang terhadap produk.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Produk Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Zulaikha Medan”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan penelitian pendahulu yang dilakukan ditemukan masalah yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah produk halal berpengaruh terhadap sertifikasi halal konsumen pada Toko Zulaikha Medan.
2. Apakah sertifikasi halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Zulaikha Medan.
3. Apakah produk halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Zulaikha Medan.
4. Apakah Produk halal berpengaruh terhadap minat beli melalui sertifikasi halal sebagai variable intervening konsumen pada Toko Zulaikha Medan.

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah produk halal berpengaruh terhadap sertifikasi halal konsumen pada Toko Zulaikha Medan.
2. Untuk mengetahui apakah sertifikasi halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Zulaikha Medan.
3. Untuk mengetahui apakah produk halal berpengaruh terhadap minat beli pada Toko Zulaikha Medan
4. Untuk mengetahui apakah produk halal berpengaruh terhadap minat beli melalui sertifikasi halal sebagai variable intervening konsumen pada Toko Zulaikha Medan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis, menambah wawasan dan memperdalam pengetahuan mengenai pengaruh produk halal terhadap minat beli melalui sertifikasi halal sebagai variable intervening.
2. Bagi Perusahaan, Untuk memperbaiki dari perusahaan mengenai pengaruh produk halal terhadap minat beli melalui sertifikasi halal sebagai variable intervening
3. Bagi Pihak Lain, Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan serta dapat memberikan informasi sebagai

bahan referensi dan perbandingan bagi peneliti lain yang ingin meneliti berkaitan dengan masalah ini sehingga dapat melanjutkan penelitian ini untuk menjadi penelitian yang lebih baik lagi serta dapat menambah referensi perpustakaan.

4. Bagi akademisi, bahwa hasil penelitian dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu ekonomi dan manajemen serta berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian terhadap kajian teori dari produk terhadap minat beli melalui sertifikasi halal sebagai variable intervening



BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1. Produk Halal

2.1.1. Pengertian Halal

Komunitas muslim di seluruh dunia telah membentuk segmen pasar yang potensial dikarenakan pola khusus mereka dalam mengkonsumsi suatu produk. Pola konsumensi ini diatur dalam ajaran islam yang disebut dengan Syariat. Dalam syariat tidak diperkenankan bagi kaum muslim untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu karena substansi yang dikandungnya atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran syariat tersebut.

Kata halal berasal dari bahasa Arab yang berarti “melepaskan” dan “tidak terikat”. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Sertifikat halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat islam. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Biasanya kata halal bisa digunakan untuk menyebut makanan dan minuman yang boleh dikonsumsi menurut syar’i. Saat ini kesadaran umat islam di dunia untuk mengkomunikasikan produk-produk halal terbilang sangat tinggi. Begitu pula dengan pakaian, keputusan MUI merujuk kepada Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (JPH) dan MUI berlandaskan kepada UU tersebut.

Halal menurut surat Al-A’raf (7:157) Dan Nabi Muhammad menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk.

Dalam konteks yang lebih luas, istilah halal merujuk kepada segala sesuatu yang diizinkan atau diperbolehkan menurut hukum islam meliputi aktivitas, tingkah laku, cara berpakaian, cara mendapatkan rezeki dan sebagainya

2.1.2. Pengertian Produk Halal

Produk halal pada kemasan adalah suatu tanda atau bukti bahwa suatu pruduk tersebut telah mendapatkan sertifikat halal dari LPPOM MUI (memiliki nomor registrasi dari LPPOM MUI). Sertifikat Halal merupakan fatwa tertulis MUI terhadap suatu produk, yang intinya menyatakan bahwa produk tersebut merupakan produk halal, yang dibuktikan melalui audit oleh LPPOM MUI. Pemberian Label, selama ini merujuk pada UU 7 Tahun 1996 tentang Pangan (telah diubah menjadi UU No. 12 Tahun 2012 tentang Pangan). Pelaksanaan mengenai pencantuman label halal selama ini dilakukan oleh Badan POM. MUI bisa memahami pemberian label merupakan kewenangan Pemerintah yang diatur dalam RUU JPH <http://www.halalmui.org/>.

Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia atau yang disingkat LPPOM MUI adalah lembaga yang bertugas untuk meneliti, mengkaji, menganalisa dan memutuskan apakah produk-produk baik pangan dan turunannya, obat-obatan dan kosmetika apakah aman dikonsumsi baik dari sisi kesehatan dan dari sisi agama Islam yakni halal atau boleh dan baik untuk dikonsumsi bagi umat Muslim khususnya di wilayah Indonesia, selain itu memberikan rekomendasi, merumuskan ketentuan dan bimbingan kepada masyarakat. Lembaga ini didirikan atas keputusan Majelis Ulama Indonesia (MUI) berdasarkan surat keputusan nomor 018/MUI/1989, pada tanggal 26 Jumadil Awal 1409 Hijriah atau 6 Januari 1989.

2.1.3. Hadist yang menyatakan produk Halal

Segala sesuatu baik yang berupa barang atau manfaat yang dapat diambil manfaatnya oleh manusia adalah halal (oleh), dan tidak dapat dikatakan haram kecuali ada nash (teks) syar'i yang sahih yang menerangkan tentang keharamannya.

Al-Sa'di menjelaskan surat Al-An'am:

“Tidaklah aku peroleh dalam wahyu diwahyukan kepadaku, sesuatu yang diharamkan bagi orang yang hendak memakannya, kecuali kalau makanan itu bangkai, atau darah mengalir atau daging babi karena sesungguhnya semua itu kotor atau binatang yang disembelih atas nama selain Allah. Barangsiapa yang dalam keadaan terpaksa, sedangkan dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka sesungguhnya Tuhanmu Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”(al'An'am:145).

Allah SWT memerintahkan kepada rasul untuk menjelaskan kepada hamba-hamba-Nya bahwa selain bangkai, darah yang tumpah dan daging babi adalah halal. Jika seseorang mengharamkannya itu adalah kedustaan yang salah karena pengharaman sesuatu hanya datang dari sisi Allah melalui rasul-Nya. Pakaiannya memang tidak dimakan dan masuk ke dalam tubuh. Oleh karena itu pakaian biasanya dikaitkan dengan masalah suci atau najis. Produk dapat dikatakan haram jika pakaian tersebut mengandung bahan-bahan najis. Dalam sebuah hadist menjelaskan:

“Dari Abu Abdillah Nu'man bin Basyir radhiallahuanhu dia berkata: saya mendengar rasulullah shallallahu'alaihi wassalam bersabda: sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram itu jelas. Diantara keduanya terdapat perkara-perkara yang syubhat (samar-samar) yang tidak diketahui oleh orang banyak, maka siapa yang takut terhadap syubhat berarti dia telah menyelamatkan agama dan kehormatannya. Dan siapa yang terjerumus dalam perkara syubhat, maka akan terjerumus dalam perkara yang diharamkan”.

Dalam suatu kehalalan produk perlu adanya suatu label dan sertifikat yang dapat mendukung kehalalan suatu produk tersebut, agar konsumen benar-benar merasa percaya dan yakin untuk membeli suatu produk tersebut, namun selain adanya label dan sertifikat kehalalan, bahan baku didalam produk tersebut juga

harus benar-benar halal dan tidak mengandung bahan baku yang haram, tidak menyehatkan dan merugikan konsumen.

2.1.4. Prosedur Dan Mekanisme Syariat Halal

Tahapan atau langkah prosedur dan mekanisme penetapan fatwa halal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

3. MUI memberikan pembekalan pengetahuan kepada para auditor LP.POM (MUI) tentang benda haram menurut syari'at Islam, dalam hal ini benda haram li-zatihi dan haram li-ghairih yang karena cara penanganannya tidak sejalan dengan syari'at Islam. Dengan arti kata auditor harus mempunyai pengetahuan memadai tentang benda-benda haram tersebut.
4. Para auditor melakukan penelitian dan audit ke pabrik-pabrik (perusahaan) yang mminta sertifikasi produk halal. Pemeriksaan yang meliputi:
5. Pemeriksaan secara seksama terhadap bahan-bahan produk, baik bahan baku maupun bahan tambahan (penolong).
6. Pemeriksaan terhadap bukti-bukti pembelian bahan produk.
7. Bahan-bahan tersebut kemudian diperiksa di laboratorium terutama bahan-bahan yang dicurigai sebagai benda haram atau mengandung benda haram (najis), untuk mendapat kepastian.
8. Pemeriksaan terhadap suatu perusahaan tidak jarang dilakukan lebih dari satu kali; dan tidak jarang pula auditor (LP.POM MUI) menyarankan bahkan mengharuskan agar mengganti suatu bahan yang dicurigai atau diduga mengandung bahan yang haram (najis) dengan bahan yang diyakini kehalalannya atau sudah bersertifikat produk halal dari MUI atau dari

lembaga lain yang dipandang berkompeten, jika perusahaan tersebut tetap menginginkan mendapatkan sertifikat produk halal dari MUI.

9. Hasil pemeriksaan dan audit LP.POM MUI tersebut kemudian dituangkan dalam sebuah Berita Acara; dan kemudian Berita Acara tersebut diajukan ke Komisi Fatwa MUI untuk disidangkan.
10. Dalam Sidang Komisi Fatwa, LP.POM MUI menyampaikan dan menjelaskan isi Berita Acara; dan kemudian dibahas secara teliti dan mendalam oleh Sidang Komisi Fatwa MUI.
11. Suatu produk yang masih mengandung bahan yang diragukan kehalalannya, atau terdapat bukti-bukti pembelian bahan produk yang dipandang tidaktransparan oleh Sidang Komisi Fatwa, dikembalikan kepada LP.POM MUI untuk dilakukan penelitian atau auditing ulang ke perusahaan yang bersangkutan.
12. Sedangkan produk yang telah diyakini kehalalannya oleh Sidang Komisi Fatwa, fatwa halalnya dilakukan oleh Sidang Komisi Fatwa

2.14. Indikator Produk Halal

Berdasarkan faktor ada 2 indikator yang mendukung adanya suatu kehalalan suatu produk yaitu keyakinan terhadap label halal dan keyakinan terhadap komposisi di dalam suatu produk tersebut.

- a. Terbebas dari segala bentuk najis dan bahan haram.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengeluarkan sertifikasi halal untuk produk diluar pangan atau untuk produk kebutuhan sandang, seperti pakaian, sepatu dan lainnya. Sertifikasi halal ini dikeluarkan karena bahan-bahan produk makanan masih ada yang terbuat dari bahan-bahan yang

haram, salah satunya terbuat dari kulit babi. Keputusan yang dibuat berlandaskan UU No. 33/2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat Halal.

b. Sarana Produksi

Dimensi halal dapat dilihat dari proses yang terbebas dari segala sesuatu yang haram, seperti sarana produksi, apabila sarana produksi seperti tempat penyimpanan produk telah dipakai hewan haram maka akan berakibat tidak baik pada produk tersebut. Sama seperti mesin yang digunakan untuk membuat produk, mesin produksi harus terbebas dari segala sesuatu yang haram.

c. Kesesuaian dengan Syariat Islam

Segala sesuatu yang digunakan oleh umat muslim sebaiknya disesuaikan dengan ajaran syariat Islam. Seperti produk yang sesuai dengan syariat islam baik dari pemilihan bahan baku, dan proses pengolahan semua dilakukan mengikuti syariat islam.

2.2. Sertifikasi Halal

2.2.1. Pengertian Sertifikasi Halal

Sertifikat Halal MUI adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat Halal MUI ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.

Sertifikasi halal adalah proses pemberian fatwa secara tertulis oleh MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syariat Islam melalui pemeriksaan yang terperinci oleh LPPOM MUI. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang (Badan POM).

Menurut (Hasan, 2014) Sertifikat halal merupakan surat edaran yang dibuat oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) Pusat atau Provinsi terkait kehalalan sebuah produk pangan, “minuman, obat-obatan dan kosmetika yang dihasilkan oleh perusahaan yang telah diteliti dan dinyatakan halal oleh LPPOM MUI. Pemegang kekuasaan mengeluarkan sertifikasi produk halal adalah MUI yang secara teknis ditangani oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM). Untuk para konsumen, sertifikat halal mempunyai berbagai macam fungsi. Pertama, perlindungan konsumen muslim dari memakan pangan, obat-obatan dan kosmetika yang tidak memiliki kehalalan; kedua, secara kejiwaan perasaan hati dan batin konsumen akan aman; ketiga, mempertahankan jiwa dan raga dari keterpurukan akibat produk haram; dan keempat, menjamin kepastian dan perlindungan hukum. Untuk produsen, sertifikat halal memiliki beberapa andil yang penting. Pertama, sebagai tanggungjawab produsen kepada konsumen muslim, mengingat masalah halal merupakan bagian dari prinsip hidup muslim; kedua, meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen; ketiga, meningkatkan citra dan daya saing perusahaan; dan keempat, sebagai alat pemasaran dan untuk memperluas area jaringan pemasaran; dan kelima, memberi keuntungan pada produsen dengan meningkatkan daya saing dan omzet produksi dan penjualan (Hasan, 2014).

Penentuan produk halal atau “haramnya sebuah produk baik makanan, obat-obatan atau kosmetik tidaklah mudah. Disisi lain para ulama mungkin tidak sepenuhnya menyadari menyadari bahwa banyaknya produk pangan, obat dan kosmetik saat ini. Asal usul bahan bisa melalui jalan yang sulit, bahkan dalam beberapa kasus sulit untuk ditentukan asal bahannya. Disisi lain, pemahaman para ilmuwan terhadap syariat Islam, ushul fikih dan metodologi penentuan halal haramnya suatu bahan pangan relatif minim. Dengan demikian, seharusnya para ulama mencoba memahami betapa kompleksnya produk pangan, obat dan kosmetik. Sedangkan ilmuwan Muslim seharusnya menggali kembali pengetahuan syariatnya untuk membantu ulama memahami kompleksitas masalah yang ada (Apriyantono, 2009). Halal “dan baik merupakan dua unsur yang tidak dapat dipisahkan terkait makanan yang dikonsumsi. Halal merupakan pemenuhan dari segi syariat dan “baik” dari segi mutu, kesehatan, gizi dan organoleptik. Untuk menyediakan makanan yang sangat baik, berbagai sistem dan peraturan telah distandarkan dan diimplementasikan. Mengonsumsi makanan haram akan mengeluarkan banyak dampak tidak baik tidak hanya menimbulkan penyakit secara fisik akan tetapi juga penyakit secara mental/spritual.

Konsumsi pangan tidak halal merupakan dosa pertama yang dilakukan oleh nenek moyang manusia (Nabi Adam As.) yang menyebabkannya dikeluarkan dari surga. Selain itu konsumsi pangan tidak halal mengakibatkan doa tidak diterima, ibadah ditolak oleh Allah Swt dan susah taat serta senang maksiat (Moh.Anas Muchtar, 2013). Majelis Ulama Indonesia melalui komisi fatwa sebagai lembaga yang berkompeten menetapkan fatwafatwa yang diputuskan melalui sidang komisi fatwa, memikul tanggung jawab yang besar dalam menentukan halal atau tidaknya

sesuatu produk untuk dikonsumsi, dan digunakan oleh masyarakat Islam sebagai kebutuhan sehari-hari. Dengan demikian, agar fatwa halal tidak dikeluarkan berkali-kali (tumpang tindih) maka perlu dijelaskan tentang kewenangan dan ruang lingkup yang dapat difatwakan. Kewenangan disini adalah hak dan kekuasaan komisi fatwa MUI untuk melakukan tugas atau pekerjaan yang akan difatwakan

Dalam Buku Himpunan Fatwa MUI Tahun 2003 pada ketentuan umum pasal 7 tentang kewenangan dan hirarki disebutkan:

- a. Majelis Ulama Indonesia berwenang mengeluarkan fatwa mengenai hal-hal atau masalah sebagai berikut:
 - 1) Masalah-masalah keagamaan yang bersifat umum dan menyangkut umat Islam Indonesia secara Nasional.
 - 2) Masalah-masalah keagamaan di suatu daerah yang diduga dapat menyebar luas ke daerah-daerah yang lain
- b. Majelis Ulama Indonesia Daerah berwenang mengeluarkan fatwa mengenai masalah-masalah keagamaan yang bersifat lokal, kasus-kasus di daerah, dengan terlebih dahulu berkonsultasi dengan MUI/Komisi Fatwa.
- c. Setiap Surat Keputusan fatwa di lingkungan MUI maupun MUI Daerah diputuskan dengan prosedur yang telah ditetapkan dalam keputusan ini, mempunyai kedudukan sederajat dan tidak saling membatalkan.
- d. Jika MUI pusat telah menetapkan surat keputusan fatwa terhadap suatu permasalahan, maka MUI daerah tidak boleh menetapkan keputusan fatwa yang lain, dalam masalah yang sama, tetapi harus mengikuti dan tunduk pada keputusan MUI.

e. Jika terjadi perbedaan keputusan fatwa MUI pusat dengan keputusan MUI daerah dalam masalah yang sama kedua dewan pimpinan MUI tersebut perlu mengadakan pertemuan untuk mencari solusi dan penyelesaian yang lebih baik (Jakarta: MUI, 2003). MUI, dalam melaksanakan proses sertifikasi halal, LPPOMMUI menggunakan prosedur baku sebagai panduan pelaksanaan, yang kemudian dituangkan dalam bentuk SOP (*Standard Operation Procedure*).

Panduan ini dikembangkan dan terus ditingkatkan, sesuai dengan kebutuhan maupun perkembangan ilmu dan teknologi. MUI menetapkan tahapan atau langkah prosedur dan mekanisme penetapan fatwa halal hingga terbitnya sertifikat halal. “Sistem labelisasi yang dilakukan oleh LPPOM MUI dan BP-POM merupakan kegiatan yang pasti nya akan dipertanggungjawabkan. Berdasarkan data dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), jumlah produk yang beredar di masyarakat sebanyak 194.776. Namun, hanya setengahnya yang telah memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam masa berlaku tahun 2013–2015. Jumlah produk bersertifikat halal tersebut ada sebanyak 98.543 atau memiliki persentase sebesar 50,6 persen (LPPOM, 2009)

Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia maka ia harus mencantumkan keterangan halal sebagaimana tercantum dalam pasal 10 peraturan pemerintah nomor 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan bahwa setiap pelaku usaha wajib mencantumkan keterangan atau tulisan label halal pada label (yusuf Kadafi 2011:32).

2.2.2. Syarat Kehalalan Produk

Syarat kehalalan produk meliputi:

- a. Tidak mengandung babi dan bahan-bahan yang berasal dari babi
- b. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti; bahan yang berasal dari organ manusia, darah, dan kotoran-kotoran.
- c. Semua bahan yang berasal dari hewan yang disembelih dengan syariat islam.
- d. Semua tempat penyimpanan tempat penjualan pengolahan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi; jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya Terlebih dahulu dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat.
- e. Tujuan Sertifikasi Halal, Sertifikasi Halal MUI pada produk pangan, obat-obat, kosmetika dan produk lainnya dilakukan untuk memberikan kepastian status kehalalan, sehingga dapat menenteramkan batin konsumen dalam mengkonsumsinya. Kesenambungan proses produksi halal dijamin oleh produsen dengan cara menerapkan Sistem Jaminan Halal.

2.2.3. Fatwa MUI dan Undang-undang tentang Sertifikasi Halal

1. Hakikat dan Kedudukan Fatwa Indonesia,

meskipun bukan negara Islam namun mayoritas penduduknya beragama Islam, sehingga nilai luhur Islami melekat dalam kehidupan sehari-hari masyarakat di negeri ini, baik dalam kegiatan sosial-kemasyarakatan maupun sosial-politik. Oleh karena itu setiap aktivitas masyarakatnya diperlukan bimbingan dan tuntunan keagamaan dari para ulama, seperti dalam bentuk pemberian fatwa. Fatwa ulama memang tidak

menjadi bagian dalam sistem hukum dan perundangundangan di Indonesia, bahkan dalam struktur kelembagaan negara juga tidak dikenal apa yang disebut dengan multi atau lembaga fatwa. Selain itu, hakikat dasar fatwa sesungguhnya hanyalah sebuah legal opinion yang tidak mengikat. Namun kenyataan yang terjadi, fatwa bagi umat Islam Indonesia tidak saja dipahami sebagai pendapat hukum yang tidak mengikat, tetapi lebih jauh dari itu fatwa ulama sudah menjadi acuan dan pedoman pelaksanaan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari (MUI, 1997)

Fatwa tidak boleh dikeluarkan oleh sembarangan pihak, namun fatwa harus dikeluarkan oleh pihak atau lembaga yang mempunyai kompetensi untuk itu. Jika fatwa dikeluarkan secara sembarangan akan melahirkan tindakan tahakkum (perbuatan membuat-buat hukum) dan tasyarru` (membuat-buat syari`at baru), keduanya dilarang agama. Di Indonesia terdapat banyak ormas Islam dan sebagian dari itu memiliki lembaga fatwa. Hanya, banyak produk-produk fatwa yang dikeluarkan lembaga fatwa ormas Islam kurang efektif karena hanya menjangkau komunitas di organisasi masing-masing. Posisi fatwa sangat penting dalam rangka memberikan penjelasan dan penerangan kepada umat terutama berkaitan dengan status hukum maupun kepantasan dan etika menurut agama.

Dalam memberikan fatwa, para ulama merumuskan persoalan yang memerlukan penjelasan sesuai dengan bidang yang diperlukan (Depag, 2003) Lalu diedarkan kepada para ulama yang lain untuk diteliti secara seksama. Kalau terdapat beberapa pendapat yang berbeda dari para ulama,

diadakan pertemuan untuk membahas persoalan tersebut sampai mendapatkan rumusan penjelasan utuh dan dapat diterima dan sesuai dengan dalil naqli maupun aqli.

Fatwa yang ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori “utama. Pertama, fatwa tentang kehalalan produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika. Kedua, fatwa tentang masalah ibadah dan masalah-masalah berkaitan dengan sistem keagamaan dan sistem kemasyarakatan, seperti perkembangan pemikiran dan aliran keagamaan, masalah kesehatan, masalah kenegaraan dan lain sebagainya. Ketiga, fatwa yang berkaitan dengan masalah ekonomi Islam dan aktivitas lembaga keuangan syari`ah. Fatwa dalam bentuk pertama dan kedua ditetapkan oleh komisi fatwa MUI, sementara fatwa dalam bentuk yang ketiga ditetapkan oleh Dewan Syari`ah Nasional (DSN- MUI). Pada fatwa pertama berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Pasal 4 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU-JPH) yang berbunyi Produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan diwilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Fatwa tersebut memperkuat dan mengatur berbagai regulasi halal yang selama ini tersebar di berbagai peraturan perundang- undangan, di sisi lain UUJPH dapat disebut sebagai payung hukum (*umbrella act*) bagi pengaturan produk halal. Pada persoalan-persoalan yang krusial fatwa dilakukan melalui forum Ijtima` Ulama dan Musyawarah Nasional (MUNAS) MUI yang merupakan sidang fatwa tertinggi dan melibatkan ulama secara nasional.

Fatwa-fatwa tentang masalah ibadah dan masalah-masalah tentang sistem keagamaan dan sistem kemasyarakatan, seperti perkembangan pemikiran dan aliran keagamaan, masalah kesehatan, masalah kenegaraan dan lain sebagainya ditetapkan langsung oleh komisi fatwa MUI. Namun, pada pembahasan mengenai persoalan-persoalan tertentu, seperti masalah kesehatan dan kedokteran, komisi fatwa mengundang para ahli di bidangnya (ahlu al-hibri) untuk memberikan penjelasan dan informasi. Proses penetapan fatwa tentang produk makanan, minuman, dan kosmetika halal pada prinsipnya sama dengan penetapan fatwa pada umumnya. Perbedaan terletak pada proses rapat penetapan fatwa dilakukan bersama antara komisi fatwa dengan lembaga pemeriksa yang dalam hal ini LP POM-MUI. Lembaga pemeriksa terlebih dahulu melakukan penelitian dan audit ke pabrik atau perusahaan yang telah mengajukan permohonan sertifikat halal. Hasil audit setelah dibahas di lembaga pemeriksa dituangkan dalam “laporan hasil auditing” yang selanjutnya dibawa ke dalam rapat komisi fatwa.

“Prosedur dan mekanisme penetapan fatwa produk halal, secara singkat dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pertama, MUI memberikan pembekalan pengetahuan kepada auditor lembaga pemeriksa tentang benda-benda haram menurut syari`at Islam, dalam hal ini benda haram li-dzatihi dan haram li-ghairihi (alMahi, 2006) yang karena cara penanganannya tidak sejalan dengan syari`at Islam dengan arti kata, para auditor harus mempunyai pengetahuan memadai tentang benda-benda haram tersebut. Disamping itu, para auditor pun

diingatkan bahwa yang mereka kerjakan itu merupakan tugas amanat umat dan tanggungjawab agama yang kelak akan dipertanggungjawabkan kepada Allah.

Kedua, para auditor melakukan penelitian dan audit ke pabrik-pabrik (perusahaan) yang meminta sertifikasi halal. Pemeriksaan yang dilakukan meliputi:

- a. Pemeriksaan secara seksama terhadap ingredient “produk, baik bahan baku, bahan tambahan maupun bahan penolong.
- b. Pemeriksaan terhadap bukti-bukti pembelian bahan produk.
- c. Cara pemotongan hewan untuk produk hewani atau mengandung unsur hewani.

Ketiga, bahan-bahan tersebut kemudian diperiksa secara teliti, dan tidak jarang menggunakan laboratorium, terutama bahan-bahan yang dicurigai sebagai benda haram atau mengandung benda haram (najis), terutama babi dan alcohol, untuk mendapat kepastian.

Keempat, pemeriksaan terhadap suatu perusahaan tidak jarang dilakukan lebih dari satu kali dan tidak jarang pula para auditor menyarankan bahkan mengharuskan agar mengganti suatu bahan yang dicurigai atau mengandung bahan yang haram (najis) dengan bahan yang diyakini kehalalannya atau sudah bersertifikat halal dari MUI atau dari lembaga lain yang dipandang berkompeten, jika perusahaan tersebut tetap menginginkan mendapat sertifikat halal dari MUI.

Kelima, hasil pemeriksaan dan audit lembaga pemeriksa tersebut kamuisan dituangkan dalam sebuah laporan hasil auditing; yang kemudian

dibawa “ke komisi fatwa MUI untuk dibahas dalam rapat. Keenam, dalam rapat komisi Fatwa direktur lembaga pemeriksa menyampaikan dan menjelaskan isi laporan hasil auditing, dan kemudian dibahas secara teliti mendalam oleh peserta rapat Komisi. Ketujuh, suatu produk yang masih mengandung bahan yang diragukan kehalalannya, atau terdapat bukti-bukti pembelian bahan produk yang dipandang tidak transparan oleh rapat komisi dikembalikan kepada lembaga pemeriksa untuk dilakukan penelitian atau auditing ulang ke perusahaan bersangkutan. Kedelapan, produk yang telah diyakini kehalalannya oleh rapat komisi, diputuskan fatwa halal oleh rapat Komisi. Kesembilan, hasil rapat komisi tersebut kemudian dituangkan dalam surat keputusan fatwa produk halal yang ditandatangani oleh ketua dan sekretaris komisi fatwa. Selanjutnya diterbitkan sertifikat halal yang ditandatangani oleh ketua komisi fatwa, direktur lembaga pemeriksa (LP POM-MUI), dan Ketua Umum MUI.

2. Sertifikasi Produk Halal di LP POM-MUI

Pusat Lembaga ini didirikan atas keputusan MUI berdasarkan surat keputusan nomor 018/MUI/1989, pada tanggal 6 januari 1989 M/26 Jumadil Awal 1409 H. Untuk kali pertama LP POM-MUI ini dipimpin oleh Dr. Amin Aziz sebagai Direktur dan setelah meletakkan dasar-dasar sertifikat halal dan berakhir pula masa jabatannya, pada 1 Desember 1993 dengan suara bulat menunjuk Aisjah Girindra, Guru Besar Bidang Biokimia, sebagai Direktur LP POM-MUI (LP POM-MUI, 2005). Alasan lembaga ini didirikan adalah ajaran agama Islam mengatur sedemikian rupa tentang kehalalan dalam mengonsumsi serta tuntutan situasi dan kondisiumat.

Dilatarbelakangi oleh banyak sambutan dan kepercayaan masyarakat yang diterima LP POM-MUI, menyebabkan lembaga ini berusaha berbenah dan menyempurnakan diri, baik ke dalam maupun ke luar. Untuk memperlancar upaya ini dibuatlah kerjasama seluas-luasnya dengan organisasi umat, lembaga-lembaga pemerintah atau swasta serta pengembangan LP POM-MUI di daerah. Sehingga pada musyawarah yang dihadiri oleh seluruh MUI Provinsi, tanggal 13 Agustus 1994, telah diputuskan dan ditetapkan keberadaan LP POM-MUI daerah dengan berbagai ketentuan syarat dan cara kerja LP POM-MUI Daerah (LP POM-MUI, 2005).

2.2.4. Indikator Sertifikasi Halal

Lembaga sertifikasi serta akreditasi lembaga memiliki peran yang sangat penting pada produk sehingga menjadi indikator dari sertifikasi halal menurut Shaari dan Arifin (2010:15). Indikator-indikator dari sertifikasi halal dijelaskan dalam komponen sebagai berikut:

- a. legalitas lembaga sertifikasi, yaitu jaminan dimana suatu lembaga telah disahkan oleh kementerian yang terkait
- b. Keterangan sertifikasi halal, yaitu keterangan yang terdapat dalam kemasan suatu produk. Contoh: Logo
- c. Akreditasi lembaga sertifikasi, yaitu penentu standar mutu dan penilaian suatu lembaga sertifikasi halal

Sertifikasi halal berdasarkan definisi yang telah diuraikannya dapat disimpulkan sebagai jaminan keamanan yang telah melalui serangkaian proses pemeriksaan

secara terperinci guna mendapatkan legilitas halal serta menjadi parameter penjamin keamanan produk untuk dikonsumsi umat muslim

2.3. Minat Beli

2.3.1. Pengertian Minat Beli

Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya Kotler, (2009:111). Minat beli merupakan dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk membeli barang atau jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhannya. Thamrin (2012:142) berpendapat minat beli konsumen merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Jadi dapat disimpulkan minat beli konsumen adalah niatan yang timbul dari dalam diri seseorang untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa dengan pertimbangan sebelum proses pembelian berlangsung.

2.3.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli

Lidyawatie (2010:53) menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, yaitu :

- a. Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.

- b. Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
- c. Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
- d. Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria, misalnya dalam pola belanja.
- e. Perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orangtua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas benda dan seseorang.

2.3.3. Indikator Minat Beli Konsumen

Menurut Ferdinand (2010:129), minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

a. *Minat transaksional*

Yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk. Hal ini bermaksud yakni konsumen telah memiliki minat untuk melakukan pembelian suatu produk tertentu yang ia inginkan.

b. *Minat referensial*

Yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Hal ini bermaksud yakni seorang konsumen yang telah memiliki minat untuk membeli akan menyarankan orang terdekatnya untuk juga melakukan pembelian produk yang sama.

c. *Minat preferensial*

Yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

d. *Minat eksploratif*

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Menurut Suwandari (2014:57) yang menjadi indikator minat beli seorang calon konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Perhatian (*Attention*) yaitu perhatian calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen.
- b. Ketertarikan (*Interest*) yaitu ketertarikan calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen.
- c. Keinginan (*Desire*) yaitu keinginan calon konsumen untuk memiliki produk yang ditawarkan oleh produsen.
- d. Tindakan (*Action*). Yaitu calon konsumen melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

2.4. Penelitian Terdahulu

Berikut ini disajikan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, yaitu :

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Giwang Pambudi (2018)	Pengaruh kesadaran halal dan sertifikasi halal terhadap minat beli produk mie instan (studi pada pemuda muslim bandarlampung). Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik, universitas lampung.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kesadaran halal dan sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk mie instan dengan pengaruh 12,6% dan 26,6%. Demikian juga secara simultan kesadaran halal dan sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk mie instan dengan pengaruh 52,7%.
2.	Danang Waskito (2015)	Pengaruh Sertifikasi halal, kesadaran halal, dan bahan makanan terhadap minat beli produk makanan halal (studi pada mahasiswa muslim di Yogyakarta)	Hasil penelitian menemukan bahwa: (1) Sertifikasi Halal berpengaruh positif terhadap minat beli dengan nilai regresi 0,106 dan tingkat signifikansinya 0,000. (2) Kesadaran Halal berpengaruh positif terhadap minat beli dengan nilai regresi 0,251 dan tingkat signifikansinya 0,000. (3) Bahan Makanan berpengaruh positif terhadap minat beli dengan nilai regresi 0,191 dan tingkat signifikansinya 0,011. (4) Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan secara simultan berpengaruh positif terhadap minat beli dengan tingkat signifikansinya 0,000, lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$).
3	Ranu Nugraha	Pengaruh labelisasi halal terhadap minat	hasil dari analisis menunjukkan bahwa variabel labelisasi halal

	(2017)	beli konsumen (survei pada mahasiswa muslim konsumen mie samyang berlogo halal korean muslim federation di kota malang)	berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Namun pengaruh yang diberikan hanya sebesar 13,3 %, hasil tersebut diperoleh dari nilai R square. Dari hasil penelitian ini manajemen dari Samyangfood.inc diharapkan lebih memperhatikan penggunaan label yang ada pada produk mie Samyang. hal ini sangat penting karena konsumen mengutamakan untuk melihat logo halal, label komposisi, dan juga label nutrisi sebelum melakukan tindakan pembelian yang sebelumnya didasari minat beli.
4	Kurnia Fitra Nanda (2018)	Analisis Persepsi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Surakarta	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Persepsi halal menunjukkan bahwa masing-masing variabel baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Produk Makanan Mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Surakarta
5	Anjang Sujarat (2018)	Pengaruh label halal dan kemasan terhadap keputusan pembelian produk makanan cepat saji waralaba internasional dengan minat beli sebagai variable mediasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari label halal dan kemasan menunjukkan bahwa masing-masing variabel baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan cepat saji waralaba internasional dengan minat beli sebagai variable mediasi
6	Abdul Rauful Ambali (2014)	People's awareness on halal foods and products: potential issues for policy-maker	As obviously shown by the findings of the study, the growing demands for halal consumptions is aided by a number of potential factors or sources identified, which include: their religious belief, exposures, role played by halal certification via halal logo/label and health related reasons. The results of paper have been established by modeling between these factors and level of

			awareness on halal. Given the fact that Malaysia consists of different races with multi-religion that lead to different beliefs, custom and tradition, these differences may influence their way of living especially in eating habit, perception and attitude toward foods and product items for consumption.
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.5. Kerangka Konseptual

Label halal pada kemasan adalah suatu tanda atau bukti bahwa suatu produk tersebut telah mendapatkan sertifikat halal dari LPPOM MUI (memiliki nomor registrasi dari LPPOM MUI). Sertifikat Halal merupakan fatwa tertulis MUI terhadap suatu produk, yang intinya menyatakan bahwa produk tersebut merupakan produk halal, yang dibuktikan melalui audit oleh LPPOM MUI. Sertifikat Halal MUI adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat Halal MUI ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.. Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya (Kotler, 2008:98).”.

Dalam kerangka konseptual ini dimana peneliti membuat suatu sketsa gambaran mengenai pengaruh suasana toko dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian, karena hal ini sangat penting sebagai bahan masukan untuk

melihat secara karakteristik variabel yang akan diteliti nantinya. Maka model kerangka konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar II.1. Kerangka Konseptual

Gambar di atas menjelaskan bahwa produk halal akan memberikan pengaruh yang besar terhadap minat beli melalui sertifikasi halal sebagai variable intervening. Dengan menciptakan produk dan sertifikasi halal yang tepat dan baik, maka semakin tinggi pula pengaruhnya dalam menarik konsumen untuk melakukan minat beli di toko tersebut.

2.6. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2012:51) “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan”. Berdasarkan rumusan masalah dan teori-teori dikemukakan hipotesis, yaitu :

1. Produk halal berpengaruh terhadap sertifikasi halal konsumen pada Toko Zulaikha Medan.
2. Sertifikasi halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Zulaikha Medan.

3. Produk halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Zulaikha Medan.
4. Produk halal berpengaruh terhadap minat beli melalui sertifikasi halal sebagai variable intervening konsumen pada Toko Zulaikha Medan.



BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah asosiatif, menurut Sugiyono (2012:11), pendekatan asosiatif adalah pendekatan dengan menggunakan dua atau lebih variabel guna mengetahui hubungan atau pengaruh yang satu dengan yang lain.

3.1.2. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian berlokasi pada Toko Zulaikha Jl. Mojopahit No.70 A Kota Medan, Sumatera Utara

3.1.3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang direncanakan dan akan dilaksanakan adalah dari bulan September sampai Mei 2019- 2020. Berikut waktu penelitian yang penulis rencanakan :

**Tabel III.1
Rincian Waktu Penelitian**

No.	Kegiatan	2019-2020					
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1	Penyusunan proposal						
2	Seminar proposal						
3	Pengumpulan data						
4	Analisis data						
5	Penyusunan skripsi						
6	Seminar hasil						
7	Pengajuan sidang meja hijau						
8	Sidang meja hijau						

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah semua obyek, semua gejala dan semua kejadian atas peristiwa yang akan di pilih harus sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah membeli Toko Zulaikha Medan, data yang diambil yaitu pada bulan Desember 2019 sebanyak 1500 konsumen.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti ini tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu (Sugiono: 2012)". Dalam penelitian ini mengambil sampel **Accidental Sampling** yang merupakan suatu teknik pengambilan sampel dimana sampel yang diambil merupakan sampel yang paling mudah diperoleh atau dijumpain. Dalam hal ini, unit sampel sangat mudah diakses dan cepat dilaksanakan. Dari jumlah populasi 1500 pelanggan orang ini maka di gunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N(e)^2)}$$

Dimana : n : Jumlah Sampel
 N : Jumlah Populasi
 e : Taraf Kesalahan (Standart Error 10%)

Maka jumlah sampel yang di peroleh adalah :

$$n = \frac{1500}{1 + 1500 (0.1)^2}$$

$$= 94 \text{ Responden}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus slovin maka di ketahui jumlah 94, maka penulis membulatkan responden sebanyak 100 orang guna mengurangi tingkat error dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik random sampling. Menurut sugiyono (2012) adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak , sehingga data yang di peroleh lebih representatif dengan melakukan proses penelitian yang kompeten di bidangnya. Pelaksanaan random sampling dalam penelitian ini di berikan pelanggan Toko Zulaikha Medan.

.3.3. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk untuk melaksanakan mengenai cara mengukur variabel. Defenisi operasional merupakan informasi yang sangat membantu penelitian yang akan menggunakan variabel yang sama. Di bawah ini defenisi operasional dari penelitian yang akan dilakukan

Tabel III.2
Operasional Variabel

No.	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator Variabel	Skala ukur
1.	Produk Halal (X)	Produk halal pada kemasan adalah suatu tanda atau bukti bahwa suatu pruduk tersebut telah mendapatkan sertifikat halal dari LPPOM MUI (memiliki nomor registrasi dari LPPOM MUI)	<ul style="list-style-type: none"> a. Terbebas dari segala bentuk najis dan bahan haram b. Sarana Produksi c. Kesesuaian dengan Syariat Islam 	Likert
2.	Sertifikasi Halal (Z)	Sertifikat Halal MUI adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat Halal MUI ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang	<ul style="list-style-type: none"> a. Legalitas lembaga sertifikasi b. Keterangan sertifikasi halal c. Akreditasi lembaga sertifikasi 	Likert
3.	Minat Beli Konsumen (Y)	Minat beli merupakan dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk membeli barang atau jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhannya	<ul style="list-style-type: none"> a. Minat transaksional b. Minat referensial c. Minat eksploratif d. Minat preferensial 	Likert

Sumber: Teori Bab II

3.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari objek penelitian, wawancara dan daftar pertanyaan yang disebarkan kepada responden, diolah dalam bentuk data melalui alat statistik.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber-sumber bacaan serta data mengenai sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur organisasi, dan uraian tugas perusahaan yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti

3.5. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara (*interview*) yaitu peneliti memperoleh keterangan dengan cara melakukan Tanya jawab dengan pihak-pihak yang terkait seperti bagian penjualan dan keuangan untuk memberikan data yang diperlukan.
2. Pengamatan (*observation*), yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian.
3. Tinjauan Pustaka, Mengadakan penelitian dengan cara mengamati langsung terhadap unit-unit yang ada hubungannya dengan objek yang diselidiki dan mengadakan pencatatan-pencatatan tanpa ikut berpartisipasi langsung
4. Daftar pertanyaan (*Questionnaire*), yaitu pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan/angket yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan diberikan kepada responden. Dimana responden memilih

salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai angket yang ditentukan yaitu :

Tabel III.3
Bobot Nilai Angket

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2014: 244) yang dimaksud dengan analisis sebagai berikut: “Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih nama yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain”.

Analisis data dapat dilakukan untuk mengolah data menjadi informasi, data akan menjadi mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Data yang akan dianalisis merupakan data hasil pendekatan survey penelitian dan penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan, kemudian dilakukan analisa untuk menarik kesimpulan.

Analisi data yang lazim digunakan dalam penelitian adalah beberapa daftar pertanyaan kuesioner yang diberikan kepada masing-masing responden yang menjadi sampel dalam penelitian, yaitu Pelanggan Toro Zulaikha Medan yang berjumlah 100 orang. Data yang telah dijabarkan dalam tabel operasionalisasi variabel yang bersifat kualitatif akan diubah menjadi bentuk kuantitatif dengan pendekatan analisis statistik. Adapun teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah teknik Semantic Defferensial.

Dalam hal ini penulis menggunakan kuesioner tertutup atau jawaban sudah ditentukan terlebih dahulu dan responden tidak diberikan alternatif jawaban lain. Indikator-indikator untuk keempat variabel kemudian dijabarkan oleh penulis menjadi sejumlah pertanyaan-pertanyaan sehingga di peroleh data primer.

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuisioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukur dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsisten dari pengukurannya. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda.

a) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20.00 dengan kriteria sebagai berikut :

Jika $r_{hitung} \text{ positif atau } r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut valid. Jika

$r_{hitung} \text{ positif atau } r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha*. Metode ini diukur berdasarkan skala *alpha Cronbach* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan kedalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel

Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel

Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel

Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel

Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

3.6.2 Uji Statistik

Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, yaitu analisis yang digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk angka. Berdasarkan uraian yang telah digunakan pada jenis variabel yang digunakan yaitu variabel dependen dan variabel independen maka analisis yang digunakan oleh penulis adalah jenis analisis Regresi Linier Berganda, dengan memakai program *software SPSS 20.00 for window*

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Syarat asumsi klasik yang harus dipenuhi model regresi berganda sebelum data tersebut dianalisis adalah sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng dan distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan kurva PP-Plots, untuk memastikan apakah data di sepanjang garis diagonal normal maka di lakukan uji kolmogorov smirnov.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut. Artinya, jika varians variabel *independent* adalah konstan (sama) untuk setiap nilai tertentu variabel independen disebut homoskedastisitas.

3.6.4 Metode Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Ghozali (2013:249), menyatakan bahwa: “Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model kausal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori”.

Analisis jalur sendiri tidak menentukan hubungan sebab-akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel. Hubungan kausalitas antar variabel telah dibentuk dengan model berdasarkan landasan teoritis. Apa yang dilakukan oleh analisis jalur adalah menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak

dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kausalitas imajiner.

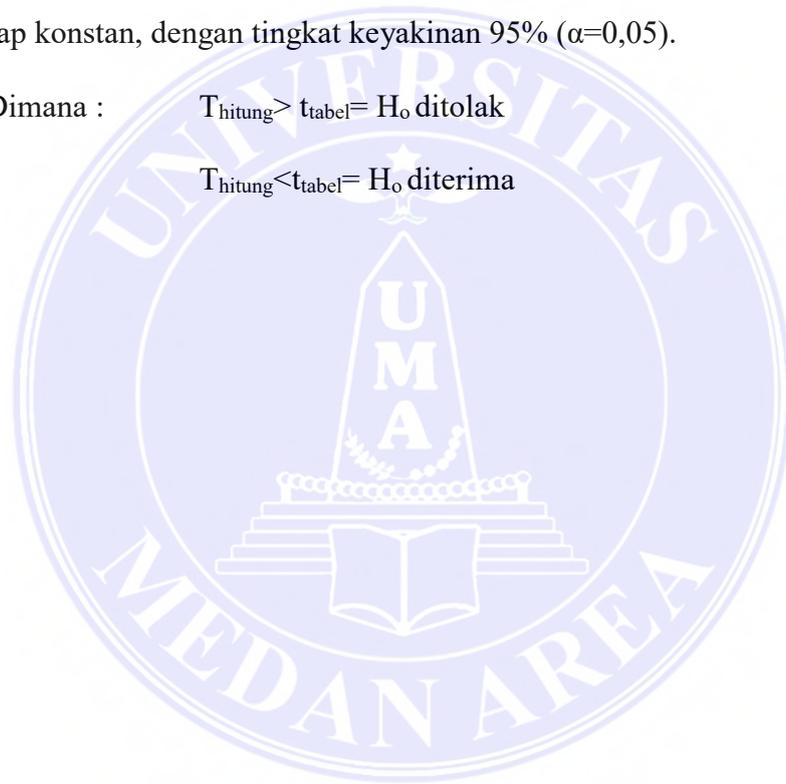
3.6.5. Uji Hipotesis

Uji parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha=0,05$).

Dimana :

$$T_{hitung} > t_{tabel} = H_0 \text{ ditolak}$$

$$T_{hitung} < t_{tabel} = H_0 \text{ diterima}$$


BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil pemaparan dan pembahasan data di atas maka kesimpulan dari hasil penelitian adalah :

1. Berdasarkan persamaan regresi, menunjukkan bahwa variable produk halal (X) karena nilai $P_{value} > \alpha$ yaitu $0,293 > 0,05$ yang artinya mempunyai arah koefisien regresi yang positif atau berbanding lurus terhadap sertifikasi halal (Z), hal ini menunjukkan bahwa produk halal mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli.
2. Berdasarkan persamaan regresi, menunjukkan bahwa variable sertifikasi halal (Z) karena nilai $P_{value} > \alpha$ yaitu $0,578 > 0,05$ yang artinya mempunyai arah koefisien regresi yang positif atau berbanding lurus terhadap minat beli (Y), hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli.
3. Berdasarkan persamaan regresi, menunjukkan bahwa variable produk halal (X) karena nilai $P_{value} > \alpha$ yaitu $0,423 > 0,05$ yang artinya mempunyai arah koefisien regresi yang positif atau berbanding lurus terhadap minat beli (Y), hal ini menunjukkan bahwa produk halal mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli.
4. Dapat dapat dijelaskan oleh model analisis path tersebut adalah sebesar 0,999 atau sebesar 99% atau dengan kata lain informasi yang terkandung dalam data

99% dapat dijelaskan oleh model tersenut. Sedangkan 0,1% dijelaskan oleh variabel lain yang belum dapat dalam model dan error.

5.2. Saran

Saran yang saya kemukakan adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji analisis dapat diketahui bahwa produk halal mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli melalui sertifikasi halal sebagai variable intervening, penulis menyarankan kepada pihak toko roti zulaikha sebaiknya tetap mempertahankan kualitas yang mengandung halal karena ini sangat mempengaruhi konsistensi penjualan terhadap minat beli konsumen .
2. Untuk Perusahaan, peneliti menyarankan untuk took zulaikha medan agar lebih memperluas citra mengembangkan melalui suatu ketentuan halal agar masyarakat tidak hanya local tapi interlokal bisa mempercayai produk zulaikha ini menjadi salah satu yang produk yang terbaik dimedan yang akan meningkatkan minat beli pelanggan kedepannya.
3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menambah variabel lain untuk dijadikan indikator dalam penelitian lanjutan. Hal ini karena masih adanya variabel-variabel yang belum ditemukan penulis yang kiranya masih memiliki hubungan yang berkaitan dengan minat beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatmasari dan Mamdukh (2014). **Analisis Ekonomi Politik Sertifikasi Halal Oleh Majelis Ulama Indonesia**. Volume 18. Dalam Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik
- Ferdinand. 2010. *Structural equation modeling dalam penelitian manajemen*. BP Undip Semarang
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Cetakan IV. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2013. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. 21. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert.(2011). **Bisnis Edisi Kedelapan**. Jakarta :Erlangga.
- Hasan, 2014. Kepastian hukum sertifikasi dan labelisasi halal produk pangan
- Kotler, Philip. 2009. **Manajemen Pemasaran**, Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin L, Keller. (2012). **Manajemen Pemasaran**, Edisi 12 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Benjamin Molan, PT. Indeks Gramedia, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad.(2012). **Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi**, Erlangga, Jakarta.
- Levy, M., &Weitz, B. A. (2012). **Retailing Management Information Center**. New York: McGraw Hill Higher Education.
- Lidyawatie. 2010. **Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa**. Bandung: Alfabeta
- Lupioyadi, Rambat. (2010). *Manajemen PemasaranJasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shaari & Arifin. 2015. *The Role of Halal Awareness*, Halal Certification And Marketing Componess in determining Halal Purchase Intention Among Non- Muslim in Malaysia
- Simamora, Bilson. (2012). *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta :PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono.(2012). **Statistika Untuk Penelitian**. Bandung: Alfabeta.
- Thamrin & Francis. 2012. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: Rajawali Press

- Tjiptono, Fandi. (2010). **Manajemen Jasa**. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.
- Yusuf, Kadafi. 2011. **Pengembangan Teori Hukum Islam di Indonesia**. Remaja Rodaskarya: Bandung
- Kurnia Fitra, N 2018. **Hubungan persepsi label halal MUI terhadap minat beli produk makanan pada mahasiswa fakultas ilmu kesehatan universitas muhammadiyah surakarta.**
- Anjang Sujarat. 2018. **Analisa pengaruh pencatuman merek, kemasan, label halal, terhadap keputusan pembelian pada produk makanan cepat saji waralaba internasional dengan minat beli sebagai variabel mediasi.**
- Giwang Pambudi (2018) **Pengaruh kesadaran halal dan sertifikasi halal terhadap minat beli produk mie instan (studi pada pemuda muslim bandarlampung). Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik, universitas lampung.**
- Ranu Nugraha (2017) **Pengaruh labelisasi halal terhadap minat beli konsumen (survei pada mahasiswa muslim konsumen mie samyang berlogo halal korean muslim federation di kota malang)**
- Danang Waskito (2015) **Pengaruh Sertifikasi halal, kesadaran halal, dan bahan makanan terhadap minat beli produk makanan halal (studi pada mahasiswa muslim di Yogyakarta)**

KUESIONER

PENGARUH PRODUK HALAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MELALUI SERTIFIKASI HALAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA TOKO ROTI ZULAIKHA MEDAN

Bapak/Ibu, Saudara/I responden yang terhormat, dalam rangka pengumpulan data untuk sebuah penelitian dan kepentingan ilmiah, saya mohon kesediannya menjawab dan mengisi beberapa pertanyaan dari kuesioner yang diberikan di bawah ini.

I DATA RESPONDEN (No. Responden:)

1. Nama : _____
2. Usia : a. 20 - 25 Thn b. 26 - 30 Thn c. 31 – 35 Thn d. > 36 Thn
3. Jenis kelamin : a. Pria b. Wanita
4. Pendidikan : a. SMU b. D3 c. S1 d. S2

II PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda contreng /*checklist* (√) pada kolom yang anda anggap sesuai.

Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban.

Keterangan :

- | | | |
|-----|-----------------------|------------------|
| SS | = Sangat Setuju | (diberi nilai 5) |
| S | = Setuju | (diberi nilai 4) |
| RR | = Ragu-Ragu | (diberi nilai 3) |
| TS | = Tidak Setuju | (diberi nilai 2) |
| STS | = Sangat Tidak Setuju | (diberi nilai 1) |

III. DAFTAR PERNYATAAN

1. VARIABEL BEBAS PRODUK HALAL (X)

NO	KETERANGAN	SS	S	RR	TS	STS
Terbebas dari segala bentuk najis dan bahan haram						
1	Toko Roti Zulaikha memiliki bahan baku halal					
2	Bahan yang digunakan untuk membuat produk zulaikha sesuai dengan ketentuan halal					
Sarana Produksi						
3	Proses pembuatan produk zulaikha melalui proses yang aman dan terjamin.					
4	Produk yang dijual Zulaikha sesuai dengan produksi ketentuan yang halal					
Kesesuaian dengan syariat islam						
5	Kemasan yang dibuat pada toko roti zulaikha memiliki kemasan yang aman					
6	Di kemasan zulaikha memiliki tanda logo halal yang sah dari MUI					

2. VARIABEL BEBAS BERSERTIFIKASI HALAL (Z)

NO	KETERANGAN	SS	S	RR	TS	STS
legalitas lembaga sertifikasi						
1	Toko Roti Zulaikha memiliki sertifikasi halal sesuai dengan legalitas lembaga					
Keterangan sertifikasi halal						
2	Keterangan sertifikasi halal pada toko Zulaikha memiliki izin yang sah					
Akreditasi lembaga sertifikasi						
3	Toko Roti Zulaikha memiliki Akreditasi Lembaga sertifikasi dari MUI					

3. VARIABEL TERIKAT MINAT BELI (Y)

NO	KETERANGAN	SS	S	RR	TS	STS
Minat Transaksional						
1	Setelah melihat toko di Toko Roti Zulaikha Medan, saya merasa ingin segera ke toko tersebut					
Minat Refensial						
2	Saya bersedia merekomendasikan Toko Roti Zulaikha Medan kepada kerabat saya.					
Minat Eksploratif						
3	Saya bersedia membeli lagi pada Toko Roti Zulaikha Medan					
Minat Prefensial						
4	Toko Roti Zulaikha Medan adalah toko roti pilihan utama saya					

Tabulasi Uji Validitas Dan Reliabilitas

Variabel X, Y, Dan Z

No.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	3	5	4	3	5	3	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5
8	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4
14	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	4	4	4	4	3	5	4	3	5	3	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5
23	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4
29	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

PRODUK HALAL (X)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	21.47	4.395	.869	.845
P2	21.67	4.368	.612	.889
P3	21.53	4.809	.690	.872
P4	21.47	4.395	.869	.845
P5	21.53	4.257	.737	.864
P6	21.33	4.920	.531	.895

SERTIFIKASI HALAL (Y)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	8.60	.800	.804	.575
P2	8.67	.782	.580	.824
P3	8.60	.938	.594	.784

MINAT BELI (Z)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	13.00	1.793	.706	.923
P2	12.73	1.995	.747	.899
P3	12.73	1.857	.879	.854
P4	12.73	1.857	.879	.854

TABULASIDATA 100 RESPONDEN

Produk Halal (X)

P1	P2	P3	P4	P5	P6	X
5	5	5	4	5	4	28
5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	4	5	4	28
5	5	3	4	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24
5	5	3	4	4	4	25
5	5	3	4	4	4	25
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	5	26
4	4	5	5	5	4	27
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	5	5	5	27
5	5	5	4	4	4	27
5	4	4	5	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	5	4	27
4	5	4	5	5	4	27
4	5	4	5	5	5	28
5	4	4	5	4	5	27
4	4	5	4	5	5	27
5	5	5	4	5	5	29
5	5	4	4	5	5	28
4	5	4	5	5	5	28
4	4	4	5	5	5	27
5	5	4	5	5	5	29
4	4	4	4	5	4	25
4	4	3	4	4	4	23
5	4	4	4	4	5	26
4	5	5	5	4	5	28
5	5	5	3	4	4	26
4	5	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	4	4	28
4	5	5	4	5	4	27
5	5	4	3	4	4	25
4	5	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	4	29
4	5	5	4	5	4	27

5	5	4	3	4	4	25
5	5	5	5	5	4	29
5	4	4	5	5	3	26
5	5	5	5	4	4	28
5	5	3	3	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	3	4	4	4	25
5	5	3	4	4	4	25
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	5	4	5	26
4	4	5	4	4	4	25
5	5	5	5	5	4	29
5	4	4	5	5	3	26
5	5	5	5	4	4	28
5	5	3	3	4	4	24
4	4	4	4	3	3	22
5	5	3	4	4	4	25
5	5	3	5	4	4	26
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	5	4	5	26
4	4	5	4	4	4	25
4	4	5	4	4	5	26
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	3	4	3	22
5	5	5	5	5	4	29
5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	4	4	4	27
4	5	4	4	4	5	26
4	5	4	4	4	5	26
4	5	4	4	4	4	25
5	4	4	3	4	5	25
4	4	5	4	4	5	26
5	5	5	4	4	4	27
5	5	4	4	4	3	25
4	5	4	3	4	5	25
4	4	4	5	4	5	26
5	5	4	3	5	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	4	23
5	4	4	3	4	5	25
4	5	5	5	4	4	27
5	5	5	3	4	4	26

Sertifikasi Halal (Y)

P1	P2	P3	y
4	5	4	13
4	4	4	12
4	4	5	13
4	5	4	13
4	4	5	13
4	4	4	12
4	4	5	13
4	4	5	13
5	4	5	14
5	5	5	15
4	4	5	13
4	5	4	13
5	5	3	13
4	4	5	13
4	4	3	11
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	4	14
5	5	4	14
5	5	5	15
4	5	4	13
4	5	4	13
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
4	5	4	13
5	4	5	14
4	4	4	12
5	4	4	13
4	3	5	12
5	5	4	14
5	4	4	13
5	4	4	13
5	4	4	13
4	5	4	13
5	5	4	14
5	4	4	13
5	4	4	13

5	4	4	13
3	4	4	11
5	5	5	15
5	3	4	12
2	4	5	11
5	4	4	13
5	4	5	14
4	5	5	14
4	4	5	13
3	5	5	13
5	4	4	13
3	4	4	11
5	5	5	15
5	3	4	12
4	4	5	13
5	4	4	13
5	4	5	14
4	5	5	14
4	4	5	13
3	5	5	13
5	5	5	15
4	4	4	12
4	3	3	10
5	4	5	14
3	3	3	9
4	4	5	13
5	5	4	14
5	5	4	14
5	4	4	13
3	5	5	13
4	4	4	12
5	4	4	13
5	3	4	12
5	4	5	14
3	5	5	13
4	5	4	13
3	4	5	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	3	5	12
4	5	4	13

Minat Beli (Z)

P1	P2	P3	P4	Z
5	5	4	4	18
4	3	4	4	15
5	5	5	5	20
5	5	3	4	17
4	2	4	5	15
5	5	4	4	18
5	5	4	5	19
4	4	5	5	18
4	4	4	5	17
4	3	5	5	17
4	5	5	5	19
5	4	4	4	17
4	4	3	3	14
5	5	4	5	19
4	3	3	3	13
5	4	4	5	18
5	5	5	4	19
5	5	5	4	19
5	5	4	4	18
4	3	5	5	17
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	5	3	4	17
5	5	4	5	19
4	3	5	5	17
5	4	5	4	18
4	3	4	5	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	3	5	18
5	5	5	4	19
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
5	5	5	4	19
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18
5	5	5	4	19
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18

5	5	4	4	18
4	3	4	4	15
5	5	5	5	20
5	5	3	4	17
4	2	4	5	15
5	5	4	4	18
5	5	4	5	19
4	4	5	5	18
4	4	4	5	17
4	3	5	5	17
5	5	4	4	18
4	3	4	4	15
5	5	5	5	20
5	5	3	4	17
4	2	4	5	15
5	5	4	4	18
5	5	4	5	19
4	4	5	5	18
4	4	4	5	17
4	3	5	5	17
4	5	5	5	19
5	4	4	4	17
4	4	3	3	14
5	5	4	5	19
4	3	3	3	13
5	4	4	5	18
5	5	5	4	19
5	5	5	4	19
5	5	4	4	18
4	3	5	5	17
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	5	3	4	17
5	5	4	5	19
4	3	5	5	17
5	4	5	4	18
4	3	4	5	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	3	5	18
5	5	5	4	19

Produk Halal (X1)

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	11	11.0	11.0	11.0
Valid 4	55	55.0	55.0	66.0
Valid 5	34	34.0	34.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	68	68.0	68.0	68.0
Valid 5	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	58	58.0	58.0	58.0
Valid 5	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	68	68.0	68.0	68.0
Valid 5	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

P5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	53	53.0	53.0	53.0
5	47	47.0	47.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

P6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	66	66.0	66.0	66.0
5	34	34.0	34.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sertifikasi Halal (Y)

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	66	66.0	66.0	66.0
5	34	34.0	34.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	57	57.0	57.0	57.0
5	43	43.0	43.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	55	55.0	55.0	55.0
Valid 5	45	45.0	45.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Minat Beli (Z)**P1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	36	36.0	36.0	36.0
Valid 5	64	64.0	64.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	64	64.0	64.0	64.0
Valid 5	36	36.0	36.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	4	4.0	4.0	4.0
Valid 4	52	52.0	52.0	56.0
Valid 5	44	44.0	44.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	66	66.0	66.0	66.0
Valid 5	34	34.0	34.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Produk Halal Terhadap Minat Beli Melalui Sertifikasi halal sebagai intervening

Regression

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Minat Beli	17.41	1.464	100
Produk Halal	25.93	1.777	100

Correlations

		Minat Beli	Produk Halal
Pearson Correlation	Minat Beli	1.000	.423
	Produk Halal	.423	1.000
Sig. (1-tailed)	Minat Beli	.	.000
	Produk Halal	.000	.
N	Minat Beli	100	100
	Produk Halal	100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Produk Halal ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.423 ^a	.179	.170	1.333

a. Predictors: (Constant), Produk Halal

b. Dependent Variable: Minat Beli

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37.927	1	37.927	21.329	.000 ^b
	Residual	174.263	98	1.778		
	Total	212.190	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli

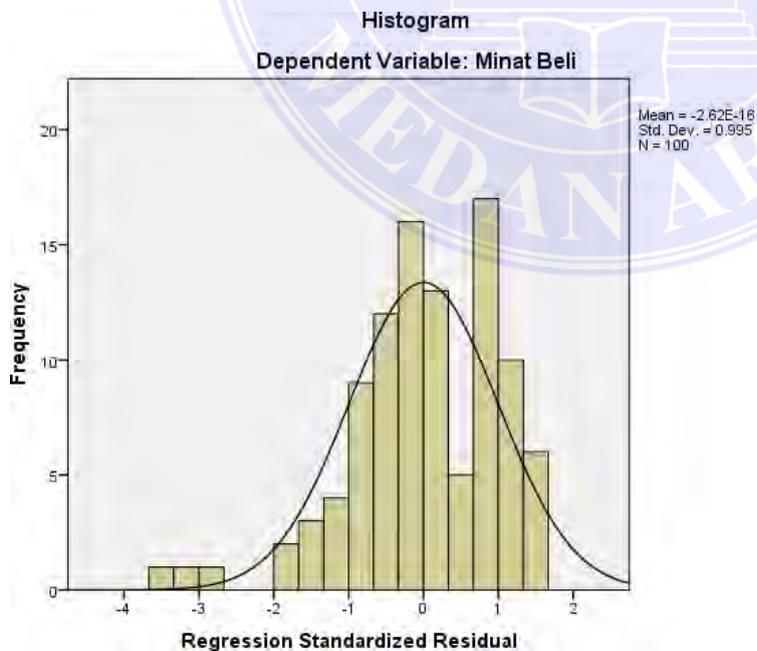
b. Predictors: (Constant), Produk Halal

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.377	1.960	4.273	.000		
	Produk Halal	.348	.075	4.618	.000	1.000	1.000

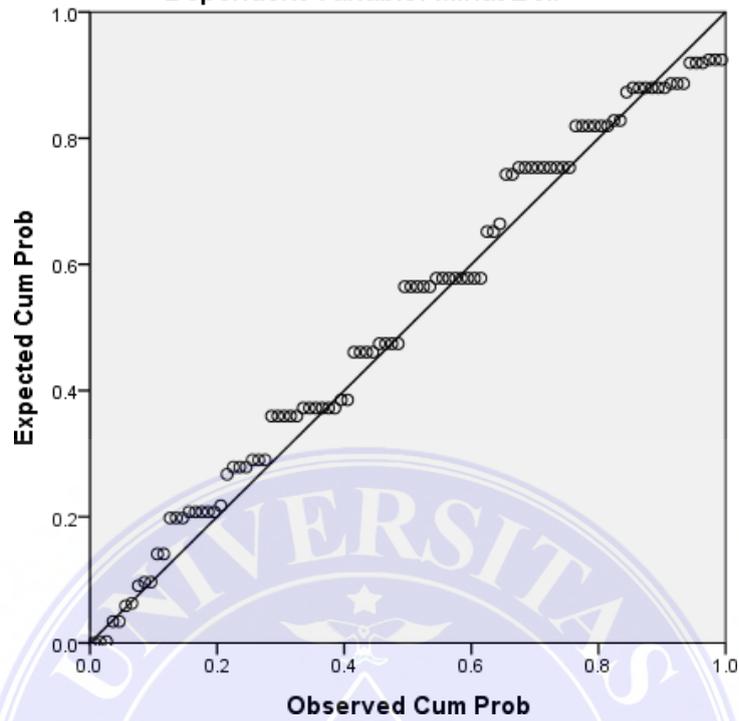
a. Dependent Variable: Minat Beli

Charts



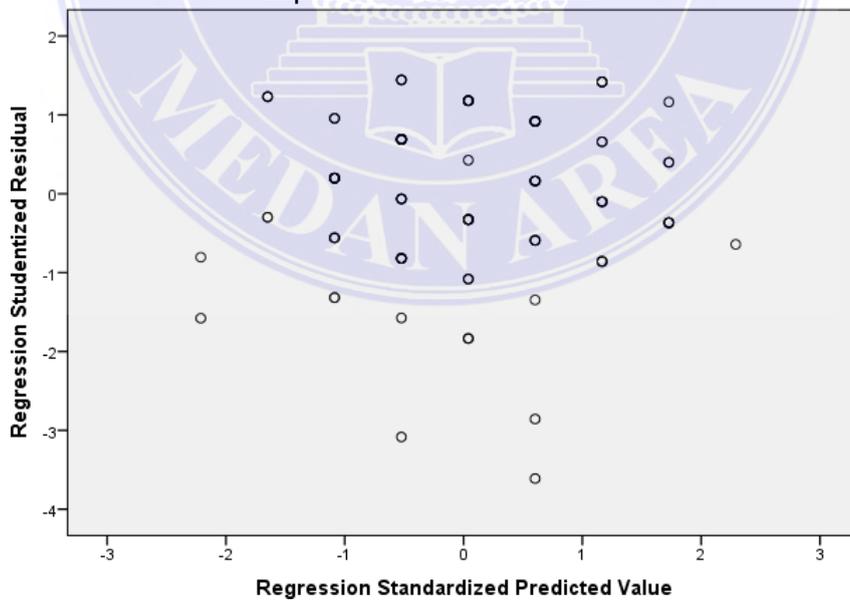
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Minat Beli



Scatterplot

Dependent Variable: Minat Beli



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.377	1.960		4.273	.000		
Produk Halal	.348	.075	.423	4.618	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.105	1.619		5.005	.000		
Produk Halal	.189	.062	.293	3.030	.003	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Sertifikasi Halal